

## PRIMO PIANO

### Generali e Mps, partite diverse

La procedura di accelerated book building con cui a novembre il ministero dell'Economia e delle Finanze ha ceduto il 15% di Mps è stata condotta in maniera "trasparente e non discriminatoria", secondo "le usuali prassi di mercato" ed esclusivamente nel rispetto degli "impegni assunti nei confronti della Commissione Europea di cessione del controllo della banca". Lo ha affermato ieri il sottosegretario all'Economia Federico Freni, replicando a un'interrogazione parlamentare e rispondendo di fatto allo scoop del Financial Times secondo cui la procedura di vendita sarebbe finita sul tavolo della Commissione Europea dopo quella che il quotidiano di Londra ha definito "l'esclusione degli investitori istituzionali". Freni ha inoltre puntualizzato che le motivazioni del collocamento "non hanno alcun collegamento con il controllo di Assicurazioni Generali".

La risposta del governo è arrivata proprio nel giorno del via libera della Bce all'ops che Mps ha lanciato sulla totalità delle azioni ordinarie di Mediobanca. Interrogato nel merito, Freni ha affermato che "il governo non ha mai esercitato un ruolo di regista nell'offerta pubblica di scambio", aggiungendo che l'iniziativa "si configura come un'operazione di mercato ed è pertanto soggetta a dinamiche e valutazioni che esulano dalla sfera di competenza del governo".

Giacomo Corvi

## INTERMEDIARI

### Larizza (Aimga): "Abbiamo colmato un vuoto"

**Il presidente della sigla, lanciata lo scorso 16 giugno, illustra a Insurance Daily attività, obiettivi e propositi della prima associazione di categoria dedicata al mercato delle managing general agent in Italia: si punta a creare una voce unitaria che possa tutelare gli interessi dell'industria e superare gli ostacoli allo sviluppo del settore. A partire dall'assenza di una regolamentazione chiara e precisa**

Lo scorso 16 giugno ha visto ufficialmente la luce **Aimga**, la prima associazione di categoria in Italia per il mercato delle managing general agent. La sigla è nata su iniziativa di un gruppo di professionisti del settore con l'obiettivo dichiarato, come si legge in una nota stampa, di "rappresentare un punto di riferimento per un settore in forte evoluzione, promuovendo lo sviluppo sostenibile, la competitività e la valorizzazione delle agenzie di sottoscrizione all'interno del mercato assicurativo". La presidenza dell'associazione è stata affidata a **Nicola Larizza**, ceo di **Litus Insurance**, che in questa intervista a *Insurance Daily* illustra propositi, mission, composizione e attività della sigla che si propone di tutelare l'immagine e l'interesse delle mga in Italia. Molti i temi già sul tavolo dell'associazione. A cominciare dalla necessità di una regolamentazione più specifica per l'attività di questo particolare tipo di intermediario.



Nicola Larizza, presidente di Aimga

**Nicola Larizza, dove nasce l'esigenza di un'associazione di categoria per il mercato delle mga?**

L'esigenza nasce dalla crescente rilevanza che le mga stanno assumendo nel panorama assicurativo italiano. Queste realtà, alcune ancora relativamente giovani nel nostro mercato, svolgono un ruolo cruciale nell'innovazione, nella specializzazione dei prodotti e nella distribuzione. Tuttavia, mancava una voce unitaria che potesse rappresentare le loro istanze, promuovere la trasparenza e favorire un dialogo costruttivo con il regolatore e gli altri attori del settore. L'associazione nasce proprio per colmare questo vuoto, offrendo un punto di riferimento autorevole e competente.

**Come si struttura l'associazione? Quali sono gli obiettivi di rappresentanza che vi siete posti?**

L'associazione è strutturata in modo da garantire una rappresentanza ampia e inclusiva. Abbiamo un consiglio direttivo composto da professionisti con esperienza pluriennale nel settore assicurativo e una serie di commissioni tematiche che lavoreranno su aspetti specifici come la regolamentazione, la formazione, l'innovazione tecnologica e la sostenibilità. Il nostro obiettivo principale è rappresentare le mga presso le istituzioni, le autorità di vigilanza e le associazioni di categoria, promuovendo il riconoscimento del loro ruolo strategico.

(continua a pag. 2)

(continua da pag. 1)

## **Quali sono invece gli obiettivi in termini di tutela e sostegno allo sviluppo del settore?**

Vogliamo creare un ecosistema favorevole alla crescita delle mga, offrendo supporto normativo, formativo e operativo. Ci impegniamo a tutelare gli interessi dei nostri associati, promuovendo best practice, standard di qualità e modelli di governance efficaci. Inoltre, lavoriamo per facilitare l'accesso al mercato, favorire la collaborazione con le compagnie assicurative e i riassicuratori, e sostenere l'adozione di tecnologie innovative.

## **Quali saranno i prossimi passi della vostra associazione?**

Nei prossimi mesi lanceremo una serie di iniziative strategiche: intanto un osservatorio permanente sul mercato delle mga, poi un programma di formazione certificata per i professionisti del settore e una campagna di sensibilizzazione rivolta al pubblico e agli stakeholder. Inoltre, stiamo lavorando alla definizione di un codice etico condiviso e alla creazione di un database nazionale delle mga per favorire la trasparenza e la conoscenza del settore.

## **Come si compone al momento il mercato delle mga in Italia?**

Il mercato italiano delle mga è in fase di espansione. Attualmente contiamo alcune decine di operatori, con modelli di business differenti e specializzazioni che spaziano dai rischi retail ai rischi industriali, passando per nicchie come la cyber insurance o le coperture parametriche. La maggior parte delle mga opera in stretta collaborazione con compagnie estere, portando nuove capacità sul mercato e contribuendo alla diversificazione dell'offerta e alla personalizzazione dei prodotti. Ci ispiriamo, inoltre, a quanto già portato avanti da altre associazioni di mga europee, con le quali abbiamo già stretto relazioni con un costante confronto costruttivo.

## **Quali sono i punti di forza delle mga nell'attuale panorama assicurativo?**

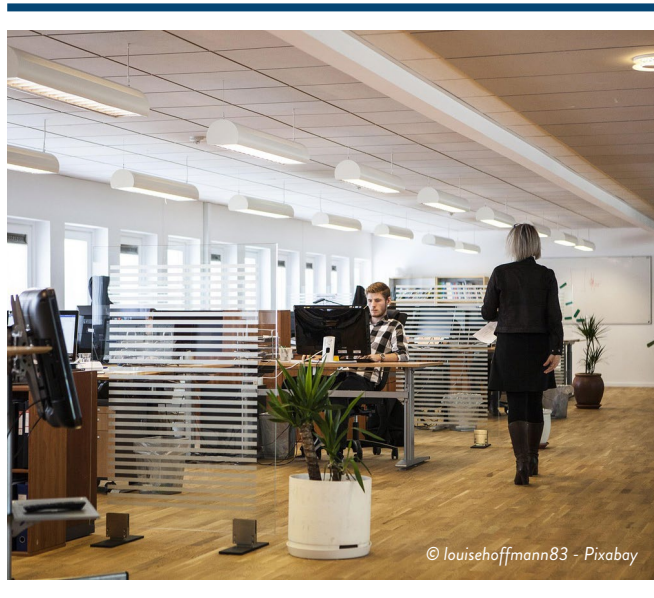
Le mga si distinguono per la loro flessibilità, per la capacità di innovazione e la profonda conoscenza dei segmenti di mercato in cui operano. Sono in grado di sviluppare soluzioni su misura, gestire il rischio e i sinistri in modo efficiente e offrire un servizio altamente specializzato. Inoltre, grazie alla loro struttura snella, possono adattarsi rapidamente ai cambiamenti normativi e alle esigenze dei clienti.

## **Quali sono, a suo parere, i principali punti critici su cui è necessario intervenire per favorire la crescita e lo sviluppo delle mga in Italia?**

Uno dei principali ostacoli è la mancanza di una regolamentazione chiara e specifica. Le mga sono iscritte nella sezione A del Rui, dunque come agenti, ma hanno un ruolo attivo anche nella creazione di prodotti assicurativi e nella gestione del rischio e dei sinistri. L'assenza di un quadro normativo chiaro non aiuta a valorizzare le competenze e le attività tipiche che distinguono le mga dagli altri operatori del mercato assicurativo. È necessario lavorare con le autorità competenti per definire un quadro normativo che valorizzi questo ruolo, garantendo al contempo trasparenza e tutela per i consumatori. Inoltre, serve maggiore accesso alla formazione e al capitale, soprattutto per le realtà emergenti.

## **Sareste dunque favorevoli a una regolamentazione più precisa per il mercato delle mga?**

La nostra associazione è assolutamente favorevole a una regolamentazione più chiara e coerente. Riteniamo che un quadro normativo ben definito sia fondamentale per garantire la stabilità del settore, proteggere gli interessi degli assicurati e favorire una sana concorrenza. Siamo pronti a collaborare con **Ivass**, **Ania**, **Eiopa** e tutte le altre istituzioni competenti per contribuire alla definizione di regole che siano al tempo stesso rigorose e capaci di valorizzare le specificità delle mga.



© lousehoffmann83 - Pixabay

## Welfare: arretra lo Stato, avanzano le aziende

**Nella quinta edizione dell'Osservatorio Change Lab, Italia 2030, realizzato da Groupama Assicurazioni in collaborazione con l'istituto di ricerca Bva Doxa, tutta l'insoddisfazione degli italiani rispetto a sanità, pensione e servizi pubblici. Il settore privato può fare la sua parte**

Guardando ai prossimi dieci anni, solo il 9% degli italiani si dice fiducioso che lo Stato riuscirà a garantire tutti i servizi essenziali. La maggior parte (55%) ritiene che solo una parte dei servizi sarà garantita e che sarà necessaria una collaborazione con il settore privato: lo Stato non avrà le risorse necessarie e dovranno essere le aziende a colmare le lacune tramite welfare aziendale, o si dovrà fare affidamento su risorse individuali.

I dati arrivano dalla quinta edizione dall'Osservatorio Change Lab, Italia 2030, realizzato da **Groupama Assicurazioni** in collaborazione con l'istituto di ricerca **Bva Doxa** per indagare i principali trend che entro il 2030 cambieranno le abitudini di vita delle persone. Quest'anno i ricercatori si sono concentrati sul welfare, con un focus specifico su quello che pensano i dipendenti delle piccole e medie imprese.

Ben il 44% degli italiani intervistati si scontra con le profonde discrepanze tra i desideri e la realtà: a fronte di un'aspettativa di un sistema sanitario "accessibile, efficiente e rapido" (sentita dal 69% degli intervistati), pensioni adeguate (47%) e servizi di welfare di prossimità (36%), emerge tutto lo scontento. Per oltre sei italiani su dieci, la futura pensione sarà insufficiente e prevedono di dover fare affidamento su altre fonti di reddito; il 17% pensa di "non poter smettere di lavorare"; mentre i più giovani (il 15% degli under 35) pensano che per loro "il momento di andare in pensione non arriverà mai". Per quanto riguarda la sanità pubblica, solo un italiano su quattro la percepisce come "garantita".

### Le imprese sono chiamate a svolgere un ruolo sociale

Se dunque è questo il settore pubblico per gli italiani, le prospettive per il welfare privato sono più rosee: circa quattro su dieci hanno una copertura sanitaria e una pensione integrativa come parte dell'offerta fornita dal proprio datore di lavoro. Dati per cui l'osservatorio può parlare di "grande soddisfazione nei lavoratori dipendenti che hanno un pacchetto welfare aziendale (46%)", mentre ben otto su dieci lo ritengono un fattore importante nella scelta di un nuovo lavoro.

L'indagine, ha commentato **Pierre Cordier**, ad e dg di Groupama Assicurazioni, conferma come, in un contesto socio-economico come quello attuale, "le imprese sono chiamate a svolgere un ruolo sociale, a sostituirsi allo Stato, colmando alcune lacune del sistema di welfare pubblico e offrendo ai propri dipendenti un supporto concreto in ambiti cruciali come la salute e la previdenza". In quanto assicuratori, ha



© fernando zhiminaicela - Pixabay

continuato Cordier, l'impegno è "accompagnare questa evoluzione sociale, facilitando la transizione verso un sistema integrato che sappia rispondere con efficacia alle nuove esigenze di tutela e benessere dei cittadini italiani".

### Un futuro azienda-centrico?

La fiducia degli italiani nei confronti del welfare statale è ai minimi. Lo Stato, secondo il 34% degli italiani dovrebbe garantire istruzione di qualità, mentre il 28% vorrebbe una burocrazia snella. I servizi essenziali sono assenti: due terzi degli intervistati considera il livello attuale del Sistema sanitario nazionale inadeguato, mentre meno di un lavoratore su dieci (l'8%) ritiene che l'importo della pensione sarà sufficiente a mantenere l'attuale tenore di vita; il 44% dichiara che nessuno dei servizi essenziali è oggi garantito dallo Stato. Incapacità di finanziamento, invecchiamento della popolazione e bassa natalità, erosione del potere d'acquisto e in ultimo tensioni internazionali sono le ragioni di fondo dei problemi.

Per far fronte a queste criticità, secondo i lavoratori delle Pmi, il futuro dello Stato sociale risiede in una progressiva integrazione tra servizi statali e welfare aziendale, con quest'ultimo destinato ad acquisire sempre maggiore rilevanza. Il 20% degli intervistati vede "un futuro azienda-centrico", dove lo Stato avrà un ruolo marginale e le imprese diventeranno i principali fornitori di servizi e benefit per i propri dipendenti.

L'importanza di un pacchetto di benefit è decisivo per l'82% dei rispondenti ai fini di un possibile cambio di lavoro.

(continua a pag. 4)



(continua da pag. 3)

Ma che cos'è un "pacchetto welfare"? In primis un'assicurazione sanitaria integrativa per il lavoratore e per la famiglia (57%); un piano pensionistico complementare (56%); servizi di supporto familiare (33%) e dalle convenzioni per assicurare il benessere psicofisico (25%). Il 31% vorrebbe una sorta di menu, un paniere di benefit tra cui scegliere, personalizzando l'offerta in base ai loro specifici bisogni.

### Il fiore del welfare

"Il welfare del futuro delineato da questa ricerca invita, in un'ottica di lungo periodo, alla fiducia e all'ottimismo", ha spiegato **Luciano Canova**, economista e divulgatore scientifico che ha commentato i dati. "Le preoccupazioni emerse sono reali – ha continuato – ma rappresentano anche la mappa di ciò che possiamo migliorare. Immaginiamo Stato, imprese e cittadini non come corridori isolati su tapis roulant separati, ma come compagni di squadra che si passano il testimone lungo un percorso comune".

Secondo Canova, ognuno ha un ruolo: il settore pubblico crea la cornice e la base del quadro, le aziende possono innovare e supportare il sistema con i loro servizi, e infine le persone devono partecipare attivamente con le proprie scelte consapevoli di benessere. "Insieme possiamo trasformare la paura di non farcela in energia per costruire nuove soluzioni", ha sottolineato il ricercatore che parla di "un'economia dell'ottimismo in azione, in cui investire nel capitale sociale" e che produce dividendi come "lavoratori più sereni, comunità più felici, crescita più sostenibile". Occorre però avere "coraggio e visione, coltivare il terreno perché questo fiore del welfare possa finalmente sbocciare", ha concluso Canova.

Fabrizio Aurilia

## COMPAGNIE

# Zurich Italia-Deutsche Bank, altri 10 anni insieme

**Siglato l'accordo che prolunga la collaborazione tra la compagnia guidata da Bruno Scaroni e la banca**

Rinnovo della partnership decennale tra **Zurich Italia** e **Deutsche Bank** per la distribuzione di soluzioni assicurative vita.

"La conferma e il rafforzamento di questa partnership – ha spiegato **Bruno Scaroni** (nella foto), country ceo di Zurich Italia, in una nota – testimoniano la fiducia reciproca e la volontà condivisa di offrire ai nostri clienti soluzioni affidabili e all'avanguardia, studiate per una protezione personalizzata e completa". La collaborazione con Deutsche Bank rappresenta per Zurich "una vera alleanza strategica", ha continuato Scaroni, "e si estende anche ad altri mercati e ambiti di business".

Grazie al rinnovo della partnership, si legge nel comunicato, i clienti Deutsche Bank potranno continuare a beneficiare di una gamma di soluzioni vita firmate Zurich, tra cui polizze di risparmio, investimento e protezione.

**Roberto Parazzini**, chief country officer Italy di Deutsche Bank, ha espresso soddisfazione per l'accordo: "una partnership storica e strategica – ha detto – per la nostra banca in Italia", che consente all'istituto di "rafforzare ulteriormente l'offerta di prodotti e strumenti di protezione e pianificazione patrimoniale", rinnovando l'impegno di lungo termine per lo sviluppo di "soluzioni innovative a beneficio dei clienti", ha concluso Parazzini.



F.A.

### Insurance Daily

**Direttore responsabile:** Maria Rosa Alaggio [alaggio@insuranceconnect.it](mailto:alaggio@insuranceconnect.it)

**Editore e Redazione:** Insurance Connect Srl – Via Montepulciano 21 – 20124 Milano

**T:** 02.36768000 **E-mail:** [redazione@insuranceconnect.it](mailto:redazione@insuranceconnect.it)

Per inserzioni pubblicitarie contattare [info@insuranceconnect.it](mailto:info@insuranceconnect.it)

Supplemento al 26 giugno di [www.insurancetrade.it](http://www.insurancetrade.it) – Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012 – ISSN 2385-2577